

## **ДЕЛОВЫЕ ИГРЫ КАК ОСНОВА ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ПРИНЯТИЮ РАЦИОНАЛЬНЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ**

**Раздорская И.М., Кучерявенко Л.Н.**

*Курский государственный медицинский университет,  
Белгородская областная клиническая больница Святителя Иоасафа,  
Российская Федерация*

Проведение деловых игр неизменно вызывают интерес у сотрудников фармацевтических организаций, так как деловые игры дают первоначальные представления о принципах предпринимательства, теории и практики принятия управленческих решений как отдельными сотрудниками, так и целыми фирмами. Для подготовки инициативных сотрудников, способных самостоятельно принимать решения, исходя из сложившейся ситуации, следует больше внимания уделять моделированию конкретных рыночных ситуаций. Для того, чтобы управленческая концепция была эффективной и устойчивой к воздействию влияния внешней среды организации (клиенты, поставщики, конкуренты), необходимы такие деловые игры, которые помогают руководству сформулировать долгосрочную стратегию развития.

Методология формирования управленческой концепции предполагает использование цикла, сформированного из следующих этапов: определение положения организации, прогнозирование результата развития при данных условиях, постановка целей для изменения развития и выбор наиболее эффективного варианта развития, оценка ресурсов, определение стратегии организации на рынке, разработка тактики и оперативного плана, реализация плана, оценка результата. Качественное и результативное проведение этих этапов невозможно без предварительного проигрывания их с целью выявления возможных ошибок, причин ошибок, поиска наиболее выгодных вариантов развития. Такую возможность дает применение сценарных деловых игр, представляющих собой воспроизведение прошедших, актуальных или возможных ситуаций.

С целью обоснования возможности создания аптеки экстремальных (индивидуальных) лекарственных форм, как способа повышения качества лекарственного обеспечения населения г. Белгорода в условиях кризиса и снижения покупательской способности населения, нами проводятся деловые игры «Бизнес-план для фармацевтической организации» и «Потребительский выбор: расходы на потребление». Эти игры разработаны на кафедре управления и экономики фармации Курского государственного медицинского университета и успешно применяются не только для учебных целей, но и для быстрой

адаптации фармацевтических организаций к изменяющимся условиям внешней среды.

Деловая игра «Бизнес-план для фармацевтической организации» позволяет изучить рыночные механизмы деятельности: влияние эластичности спроса на цену лекарственных средств, определение в связи с этим наиболее прибыльного объема производства, установление численности сотрудников, их заработной платы. В процессе игры практические работники уясняют сущность и взаимозависимость таких категорий как совершенная и несовершенная конкуренция, валовый и предельный доход, валовые и предельные издержки, получают навыки определения прибыльного объема производства. В игре объединены в логическую последовательность действий основные шаги организации по составлению бизнес-плана и планировании привлечения ресурсов в условиях ориентации на рыночную конъюнктуру, с учетом места фармацевтической организации на региональном рынке.

Психологический эффект игрового процесса можно разделить на две составные части: психологический эффект достигнут по форме, если участники понимают происходящее, а по содержанию – если игровой процесс убедил участников в имеющихся вариантах развития организации. Результаты проведения деловой игры убедили участников в приемлемости открытия аптеки экстенпоральных лекарственных форм. Были приняты управленческие решения по методам изучения мнения потребителей, врачей и провизоров о целесообразности проекта, определен оптимальный объем производства лекарственных форм и оказания услуг, размеры тарифов с учетом повышения цен за аренду, коммунальные услуги, издержки условно-постоянные и условно-переменные, количество привлекаемых сотрудников, прибыль, объем кредитов в банке.

Деловая игра «Потребительский выбор: расходы на потребление» позволяет на примере конкретной рыночной ситуации моделировать процессы установления и изменения равновесных цен на взаимозаменяемые товары. Учитывая огромное количество этого типа товаров, игра актуальная для аптечных работников и позволяет им познакомиться с практическим применением основных понятий маркетинга. Деловая игра имитирует действие целого ряда факторов фармацевтического рынка: взаимодействие спроса и предложения, анализ доходов и предпочтений потребителей с использованием бюджетных линий и техники кривых безразличия, динамичное рыночное равновесие. Деловая игра позволила ее участникам получить знания по проведению ценовой и ассортиментной политики организации.

Основной смысл сценарных деловых игр заключается в формировании организационной культуры управления, которая помогает руководству фармацевтической организации совмещать практические

методы управления и научные методы современного менеджмента. В деловых играх закладывается стратегия организационного развития, а выработанные стратегии являются долгосрочной ориентацией в направлении деятельности.